



DAS ERFOLGSREZEPT DER WELT am SONNTAG.

Zum Nachlesen und Mitmachen.



EIN WORT VORWEG.



Die WELT am SONNTAG ist Deutschlands große Qualitäts-Sonntagszeitung für die ganze Familie. Journalismus der Extraklasse wird auf sinnliche Weise präsentiert und ein fesselndes Lesevergnügen garantiert, für das man sich gern viel Zeit nimmt.

Als meinungsbildendes Blatt liefert die WELT am SONNTAG nicht nur aktuelle politische Orientierung, sondern bietet auch Analysen und Hintergrundberichte zum Zeitgeschehen. Die WELT am SONNTAG beteiligt sich an den entscheidenden Wertediskussionen und Debatten und setzt Themen, die über den Tag hinaus Gültigkeit besitzen.

Wer wichtig ist, schreibt in der WELT am SONNTAG: Prominente Autoren und Kolumnisten prägen mit ihren Beiträgen den unverwechselbaren Charakter der Zeitung. Die redaktionelle Vielfalt wird dabei groß geschrieben: Spannende Sportberichte gehören ebenso zur Mischung wie harte Wirtschaftsreportagen und exklusive Beiträge aus den Themenfeldern Finanzen, Kultur, Medien, Wissenschaft, Medizin, Natur, Lebensart, Reisen, Auto, Berufswelt und Immobilien.

Durch den Standort Berlin ist die WELT am SONNTAG nah dran am politischen und kulturellen Geschehen der Hauptstadt. Die behutsame Weiterentwicklung festigt ihre Position als moderne, aufgeschlossene Sonntagszeitung mit hohem Informations- und Unterhaltungswert in zeitgemäßer Optik.

Nutzen Sie die gute Position der WELT am SONNTAG im Käufer- und Lesermarkt für Ihre Mediaplanung, denn so eine Zeitung gibt es nicht alle Tage!

Michael Wittke
Gesamtanzeigenleitung DIE WELT / WELT am SONNTAG



DIE ZUTATEN.

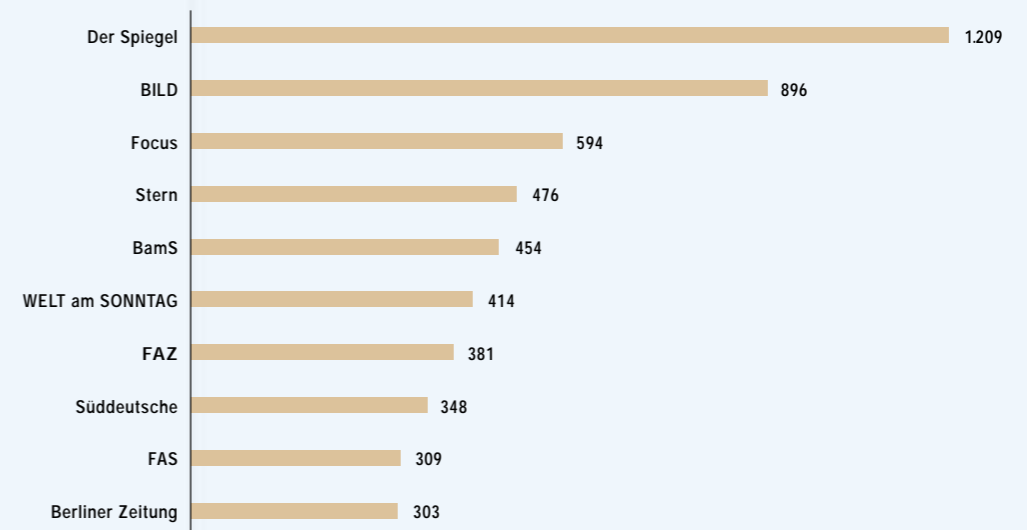
1. Redaktionelle Qualität
2. Ausgewogene Ressorts
3. Eine gute Position im Käufermarkt
4. Eine gute Position im Lesermarkt
5. Eine überzeugende Kampagne
6. Zufriedene Kunden

Man nehme erstens: redaktionelle Qualität.

DAS BESTE, WAS DER MARKT ZU BIETEN HAT.

Die WELT am SONNTAG ist Deutschlands große Qualitäts-Sonntagszeitung. Sie liefert neben Berichten zur aktuellen Lage Hintergrundinformationen, Analysen und Kommentare. Ihre Berichterstattung ist kompetent, vielseitig, unterhaltsam und informativ. Dieses hohe redaktionelle Niveau macht die WELT am SONNTAG zu der wichtigsten Sonntagslektüre für anspruchsvolle Leser. Und seit Jahren zu einem der meistzitierten Medien überhaupt.

Übersicht der meistzitierten Medien:



Die WELT am SONNTAG findet sich auch im Jahr 2002 wieder unter den meistzitierten Medien. Im Zitate-Ranking des Bonner Medienforschungsinstituts „Medien Tenor“ liegt WELT am SONNTAG mit 414 Zitaten auf dem 6. Platz der meistzitierten Printmedien 2002. Damit hat die WELT am SONNTAG wieder eindrucksvoll ihre publizistische Bedeutung unter Beweis gestellt.

Quelle: Medien Tenor



Man nehme zweitens: ausgewogene Ressorts.

ALLES AN SEINEM PLATZ.

Die Ressorts der WELT am SONNTAG bieten ein Lesevergnügen für jeden: Informationen, Analysen, Hintergründe und Unterhaltung – modern und farbig.



Aktuell

Zeitgeschehen in seiner ganzen Vielfalt – interessante Menschen, große Emotionen und denkwürdige Ereignisse.

Kompetent

Wirtschaft aus erster Hand – mit zahlreichen Analysen und Prognosen.

Sportlich

Umfangreicher Sportteil mit kritischen Kommentaren, die auf den Punkt kommen.

Wertvoll

Finanztipps vom Fachmann – Insiderwissen verständlich aufbereitet. Dazu die wichtigsten Ein- und Ausblicke in die internationale Finanzwelt.

Trendweisend

Alles, was die Kunst und Kulturszene heute bewegt und morgen bestimmt – Lebensart pur, zeitgemäß präsentiert.

Aufbauend

Aktuelles aus der Immobilienbranche. Trends für Anleger und Bauherren sowie Berichte über exklusive Traumhäuser.

Erholsam

Unterhaltsamer Reiseteil mit Reportagen, wichtigen Tipps und Preisen.

Faszinierend

Vom Auto bis zum Boot – ausführliche Testberichte, Zahlen und Fakten rund um die Faszination Motor.

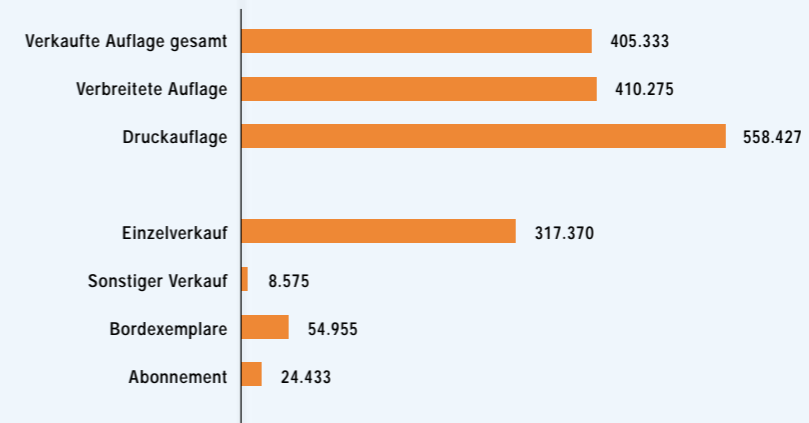


Man nehme drittens: eine gute Position im Käufermarkt.

WICHTIG FÜR GESUNDES WACHSTUM.

Die kontinuierlich hohe Auflage der WELT am SONNTAG zeigt, wie gut das Konzept der Qualitäts-Sonntagszeitung bei den Lesern ankommt. Aktuelle Studien bestätigen: Der Sonntag ist der Lesetag.

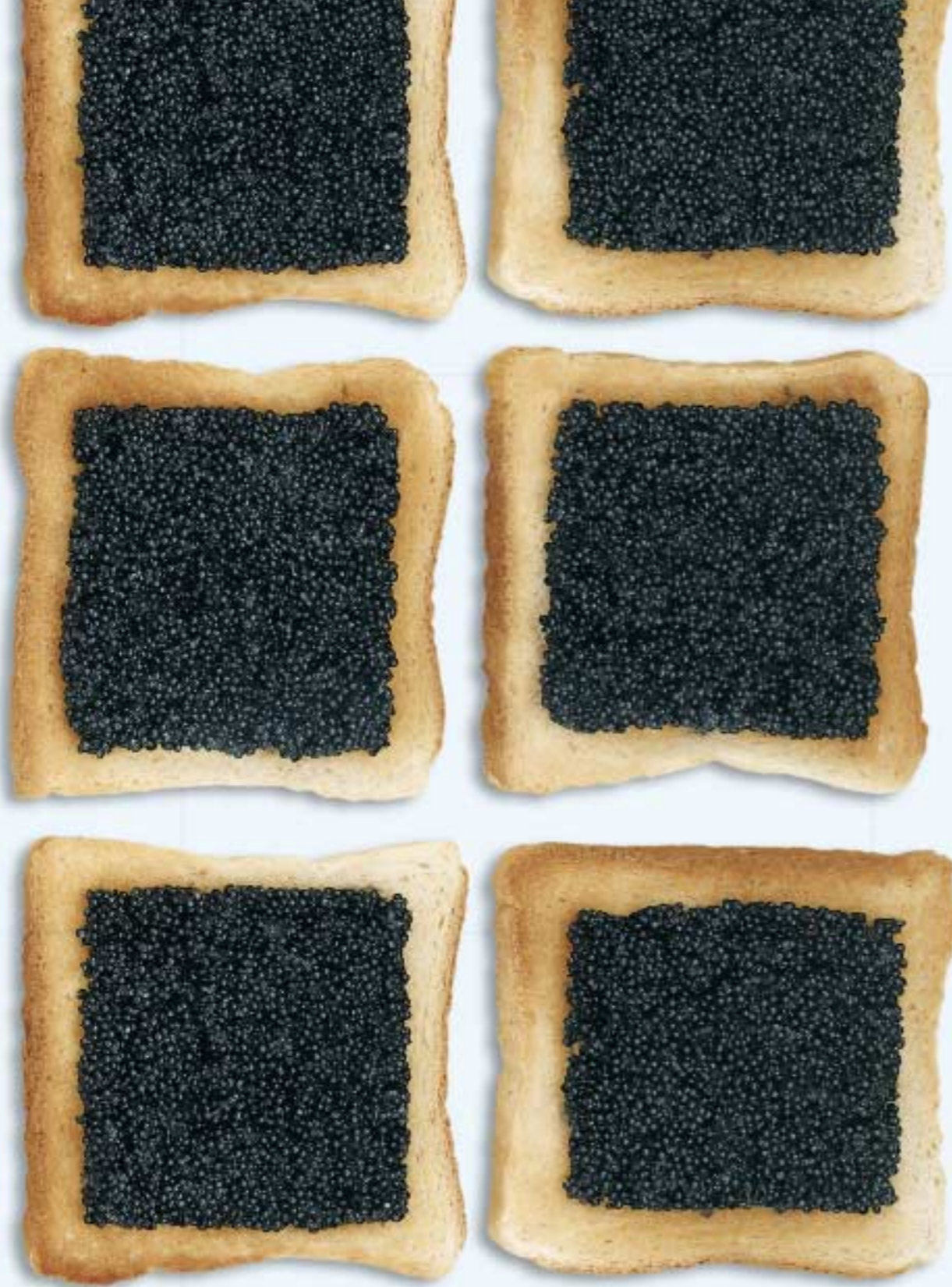
Die Auflagenstruktur der WELT am SONNTAG:



Quelle: IWW II/2003

Die WELT am SONNTAG wird bei einer durchschnittlichen Lesedauer von 91 Minuten intensiv genutzt.*

* Copytest 2003; NFO Infratest MediaResearch



Man nehme viertens: eine gute Position im Lesermarkt.

DIE ZEITUNG FÜR GEHOBENE ANSPRÜCHE.

Die Leser der WELT am SONNTAG sind eine besonders attraktive Zielgruppe. Die wesentlichen Eckpunkte dieser Leserschaft sind laut AWA 2003 eine überdurchschnittliche Schulbildung, überproportional viele Leser in Führungspositionen und ein überdurchschnittlich hohes Einkommen.

Laut AWA 2003 erreicht die WELT am SONNTAG rund 1.629.000 Leser.

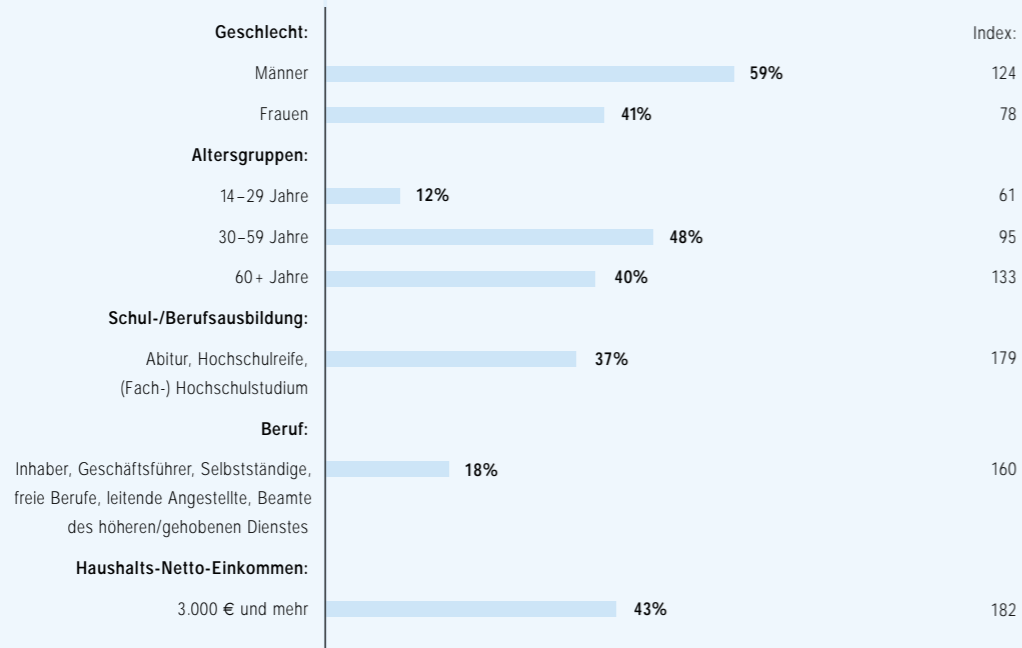
Rund 227.000 Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Verwaltung lesen laut LAE 2003 jeden Sonntag die WELT am SONNTAG.

Die WELT am SONNTAG erreicht in dieser gehobenen Zielgruppe überdurchschnittlich viele Leser mit den Befugnissen Allein-/Mitentscheidung/Delegation in den Bereichen Unternehmens- und Geschäftsführung, Finanzen, Forschung & Entwicklung/Konstruktion/Patentwesen und Verwaltung/Organisation/EDV.

Und laut LAE 2003 verfügen 43 Prozent der WELT am SONNTAG-Leser über ein persönliches Brutto-Jahreseinkommen von € 80.000 und mehr.

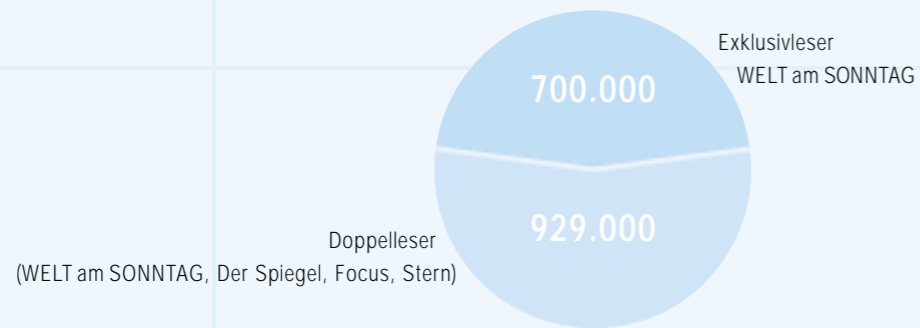
Gut zu wissen für alle, die mit ihrer Mediaplanung Entscheider erreichen wollen!

Die Struktur der WELT am SONNTAG-Leserschaft.



Gesamtbevölkerung = Index 100

Quelle: AWA 2003



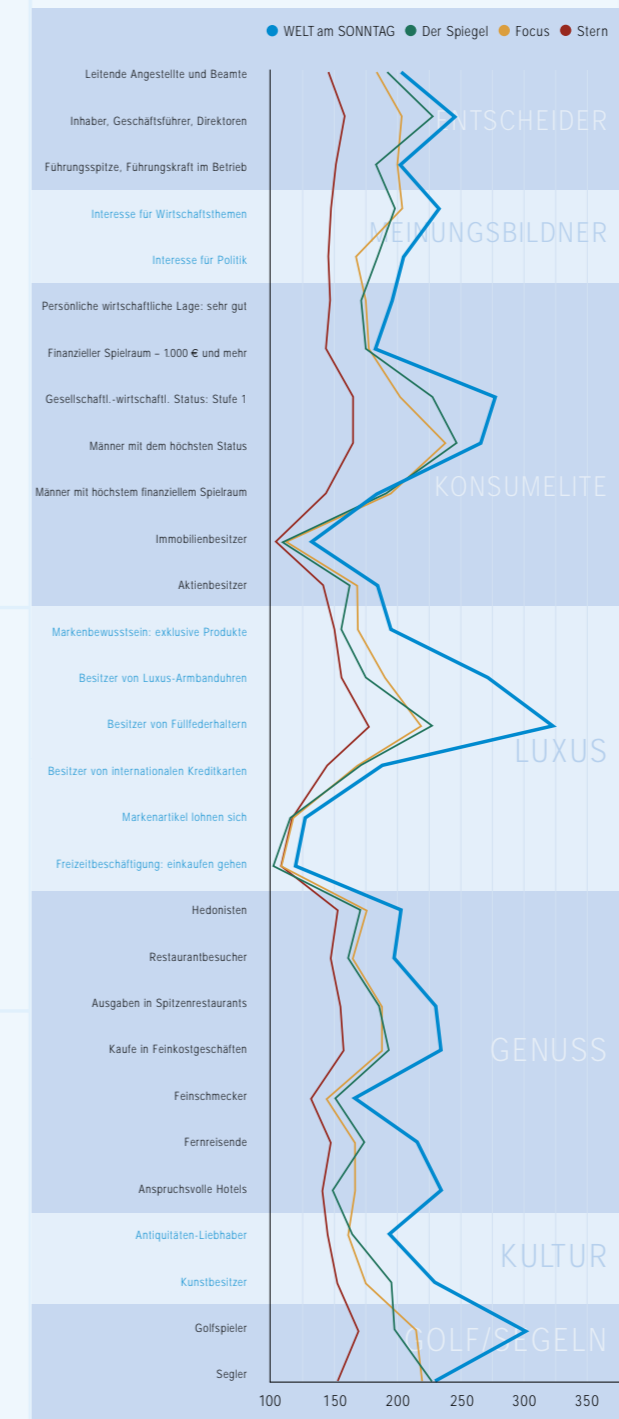
Von den 1.629.000 Lesern, die WELT am SONNTAG lesen, sind 700.000 Exklusivleser, die zusätzlich weder Focus, Der Spiegel oder Stern lesen. Diese große Zielgruppe erreichen Sie nur mit der WELT am SONNTAG!

Quelle: AWA 2003

Polaritätenprofil

WELT am SONNTAG - Der Spiegel - Focus - Stern

Indexwerte, Gesamtbevölkerung = Index 100



Quelle: AWA 2003, Basis: 64,43 Mio.



Man nehme fünftens: eine überzeugende Kampagne.

WERBUNG, DIE VERFÜHRT.

Garant für die gute Position im Lesermarkt ist unser konsequenter Markenaufbau. Durch Werbung, die seit 1999 neue Wege beschreitet und sich seitdem ständig weiterentwickelt.

Seit 2001 setzen wir auf die Kampagne mit dem Claim „Die Sonntagszeitung für Deutschland“. Sie positioniert die WELT am SONNTAG klar als die Zeitung „Für alle, die eine anstrengende Woche hatten“. Eben eine Woche voller Termine, Hektik und schneller Entscheidungen, in der nur der Sonntag die Gelegenheit bietet, die Ereignisse der vergangenen Woche zu reflektieren.

Flankiert wird unsere Imagekampagne durch eine Fachkampagne, die klar und deutlich kommuniziert: Die WELT am SONNTAG hat eine hochwertige, konsumstarke Leserschaft – darunter viele Exklusivleser – die sich intensiv in entspannter Sonntagsatmosphäre der Zeitungslektüre widmet.

Fazit: Die WELT am SONNTAG wird als eigenständige Marke wahrgenommen. Sie bietet Anzeigenkunden ein sehr hochklassiges Umfeld, in dem sich starke Marken gern in guter Gesellschaft präsentieren.

Fachkampagne:

**UNSERE LESER
KÖNNEN SICH GRÖßERE
TRÄUME LEISTEN.**

Die Exklusivität der WELT am SONNTAG. Sie ist
einzigartig und unverwundbar. Sie ist
das, was Sie brauchen, um Ihre
Wochenenden richtig zu genießen.
Buchen Sie das Original am Sonntag 0407 47 27 15.

WELT am SONNTAG
Die Sonntagszeitung für Deutschland

**ENTSCHEIDER WARTEN NICHT
BIS MONTAG, UM SICH ZU
INFORMIEREN. SIE LESEN SCHON
VORHER WELT am SONNTAG.**

In angenehmer Sonntagsatmosphäre lässt es sich einfach entspannen
und im nächsten Augenblick schon die nächste Seite der Sonntagszeitung
WELT am SONNTAG. Das ist die Zeit für Sie. Das ist die Zeit für Sie.
Buchen Sie das Original am Sonntag 0407 47 27 15.

WELT am SONNTAG
Die Sonntagszeitung für Deutschland



Man nehme sechstens: zufriedene Kunden.

NAMEN, DIE AUF DER ZUNGE ZERGEHEN.

Hier eine Auswahl renommierter Kunden, die schon auf die WELT am SONNTAG als starken Mediapartner setzen:

Allianz	Douglas	Oracle
Alois Dallmayr	Dresdner Bank	Parfums Christian Dior
Altana	DWS	Piaget
Audemars Piguet	E.ON	Pioneer
Audi	Estée Lauder	Postbank
Bank Julius Bär	Fabergé	Prada
Bayerische HypoVereinsbank	Fay	Procter & Gamble
BHF-Bank	Fiat	Rado
Blaupunkt	Gerry Weber	Renault
BMW	Giorgio Armani	René Lezard
Bose	Hermès	Rolf Benz
Breguet	Hessische Landesbank	Rover Deutschland
Breitling	Hewlett-Packard	Ruhrgas
Brioni	Hexal	RWE
Brosgitters Weingüter	Hochtief	Saab
Bundesrepublik Deutschland Finanzagentur	Honda	Sal. Oppenheim
Burberry	IBM	Singapore Airlines
Canon	Interlübke	Smart
Cartier	KaDeWe	Strellson
Chopard	KIA Motors	Swiss
CHRIST Juweliere	KLAFS	TAG Heuer
Citibank	Kyocera Electronics	ThyssenKrupp
Commerzbank	Louis Vuitton	Tod's
COR	Lufthansa	Toni Gard
Corum	Marriott	Toyota
DaimlerChrysler	McDonald's	Trinkaus & Burkhardt
DAKS	Meissen	TUI
Daniel Hechter	Microsoft	UBS Warburg
Degussa	Miele	Vacheron Constantin
DEKA	MLP	Vodafone
Delmod	Nissan	Volkswagen
Deutsche Bahn	NordLB	Volvo
Deutsche Bank	Öffentliche Sparkassen	Wellendorff
Deutsche Telekom	Olympus	Wempe
DKV Deutsche Krankenversicherung	Omega	WestLB



DAS STÄRKSTE IN KÜRZE.

6 Argumente ... und die WELT am SONNTAG gehört Ihnen!

Die WELT am SONNTAG

- ist Deutschlands große Qualitäts-Sonntagszeitung. Ihre publizistische Bedeutung ist unumstritten – auch im Jahr 2002 gehörte die WELT am SONNTAG wieder zu den meistzitierten Printmedien: Platz 6.
- wird intensiv genutzt und durchschnittlich 91 Minuten gelesen. Das beweist: Der Sonntag ist der Lesetag!
- präsentiert mit hoher Auflage ihre Marktführerschaft.
- hat eine besonders attraktive Leserschaft. Die Studien MA, AWA und LAE weisen für die WELT am SONNTAG hervorragende Zielgruppen mit überdurchschnittlichen Affinitäten aus.
- verfügt über einen hohen Anteil an Exklusivlesern, die nur mit der WELT am SONNTAG erreicht werden können.
- arbeitet weiter am Erfolg: Unsere erfolgreiche Publikumskampagne wird auch in Zukunft die Entwicklung der WELT am SONNTAG begleiten.

Die WELT am SONNTAG im Überblick.

Auflage laut IVW II/2003:	Reichweiten:	
Verbreitete Auflage 410.275	MA 2003/II	938.000 Leser
Verkaufte Auflage 405.333	AWA 2003	1.629.000 Leser
	LAE 2003	227.000 Leser
Erscheinungsweise: sonntags	Copy-Preis: 2,10 €	
Gesamtanzeigenleitung: Michael Wittke	Anzeigenleitung: Monika Krieger	